



Konzept Öffentlichkeitsarbeit

Monika Böhm

Dr. Arista Gräfe-Kavoosian

Stefanie Huppa

Norbert Südholt

Gudrun Loh

Christian Uhe

Inhalt

Öffentlichkeitsarbeit am Berufskolleg Kartäuserwall	3
Zweck	3
Bestandsaufnahme (Ist-Zustand)	4
Geplanter Soll-Zustand	6
Möglichkeiten zur Evaluation der Maßnahmen	9
Beachtung rechtlicher Regelwerke	9

Öffentlichkeitsarbeit am Berufskolleg Kartäuserwall

Eine professionelle und zielgerichtet betriebene Öffentlichkeitsarbeit kann das BK Kartäuserwall in seiner täglichen Arbeit unterstützen und ist ein wichtiges Element der Schul- und Qualitätsentwicklung. Durch sie entsteht in der Zusammenarbeit ein „Wir-Gefühl“, das sich positiv auf das Bewusstsein für Schule aller am Schulleben Beteiligten auswirkt. Eine wichtige Zielsetzung ist in diesem Zusammenhang sachliche, durch Verantwortungsbewusstsein geprägte Kommunikation.

Die Schulleitung trägt die Gesamtverantwortung für den Prozess. Sie hat die Steuerung der Öffentlichkeitsarbeit an die beauftragte Koordinatorin und die Arbeitsgruppe für die Öffentlichkeitsarbeit am Berufskolleg Kartäuserwall delegiert. Diese arbeiten mit den schulischen Gremien wie zum Beispiel der Koordinierungskonferenz und den Bildungsgangkonferenzen zusammen. Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit sind verantwortliche Ansprechpartner.

Eine durch das gesamte Kollegium getragene Öffentlichkeitsarbeit etabliert sich über schulische Gremien (Schul-, Lehrer-, Fach-, Bildungsgangkonferenzen, Lehrerrat, Schulpflegschaft, Schülervertretung). Um Öffentlichkeitsarbeit im Sinne aller am Schulleben beteiligten Personengruppen zu entwickeln und zu gestalten, stehen diese Gremien für Erwartungen, Anregungen und Ideen offen. Die Schulidentität definiert sich nicht nur über die Schulleitung und das Kollegium, sondern maßgeblich auch durch

- der Schülerinnen und Schüler
- die dualen Partner
- die Eltern
- die Schulaufsicht.

Zweck

Kommunikationsprozesse mit den jeweiligen Bezugsgruppen können durch die Öffentlichkeitsarbeit geplant und gesteuert werden. Wir sind dualer Part-

ner der Betriebe im Druck- und Medienbereich. Daher wird vom Berufskolleg Kartäuserwall eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit erwartet.

Durch das vorliegende Konzept sollen die Weichen für die interne und die externe Kommunikation des Berufskollegs Kartäuserwall gestellt werden. Informationswege innerhalb und außerhalb unserer Schule werden definiert. Ein auf das Schulleben abgestimmtes Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit ist Voraussetzung zur Entwicklung einer inneren und äußeren Schulidentität.

Bestandsaufnahme (Ist-Zustand)

Alle drei Bereiche des Berufskollegs (Druck und Medien, Medizintechnik und Naturwissenschaften) stehen im Kontakt zu Medienansprechpartnern und Kooperationspartnern. Verschiedene Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit werden zwar eingesetzt, jedoch nicht immer konsequent und zielgerichtet.

Zu diesen Instrumenten und Aktionsfeldern zählen u. a.:

- **Presse- und Medienarbeit:**
Das Berufskolleg Kartäuserwall erscheint unregelmäßig/sporadisch in Artikeln der lokalen Presse oder der Fachpresse (z.B. durch selbst formulierte Pressemitteilungen).
- **Messe- und Börsenauftritte:**
Messe der Kölner Berufskollegs, Medienfest NRW
- **Teilnahme an Wettbewerben (z.B. Mediengestalterwettbewerb des ZFA, Bundeswettbewerb Drucktechnik, Praktischer Leistungswettbewerb der Augenoptiker des Deutschen Handwerks, GYSI-Preis des Verbands Deutscher Zahntechniker-Innungen)**
- **Projekte mit außerschulischen Partnern**
- **Tag der offenen Tür/Informationsveranstaltungen:**
begrenzt auf vollzeitschulische Bildungsgänge
- **Abschlussveranstaltungen/Schulfest:**
initiiert von den vollzeitschulischen Bildungsgänge des Bereichs Naturwissenschaften
- **Treffen ehemaliger Kolleginnen und Kollegen**

- Nutzung der Räumlichkeiten
 - für Sport- und Kulturmaßnahmen
 - für Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen
- Geschäftsausstattung:
Es liegen für alle Kolleginnen und Kollegen Visitenkarten und Briefbögen (in digitaler Form) vor.
- Kommunikationsmittel als Informations- und Werbeträger:
Internetauftritt: Die Homepage wird durch die hierfür bestimmte Person aktualisiert.
Flyer: Diese liegen für die vollzeitschulischen Bildungsgänge vor.
Plakate (z.B. für den Tag der offenen Tür und den FOR-Englischkurs):
Diese sind vorhanden, jedoch nicht an das einheitliche Erscheinungsbild des Berufskollegs Kartäuserwall angepasst.
Präsentation der Schule (als PDF: Bilddurchlauf)
Einladungskarten zu verschiedenen Events
Urkunden/Zertifikate: vorhanden für die Fachschule Druck-/Medientechnik
- Messe-Stand/Ausstellungssystem:
Roll-ups (noch nicht für alle Bereiche), Beachflags
- Berichte: Schulprogramm
- Leitsystem: Schilder der Räume in den jeweiligen Bereichs-Farben

Zur Zeit findet die innerschulische Kommunikation vornehmlich über Konferenzen, Dienstbesprechungen, Projekt-/Ergebnis-Präsentationen und Ausstellungen in den einzelnen Bereichen statt. Eine Vernetzung gibt es nur in Ansätzen.

Das Corporate Design des Berufskollegs Kartäuserwall trägt durch die Festlegung des einheitlichen Erscheinungsbilds zur Corporate Identity bei. Somit bietet es bereichsübergreifend ein visuelles Identifikationssystem und stellt die Regeln der visuellen Kommunikation auf: Dieses Design wurde bereits auf Produkte im Printbereich (Infolyer, Visitenkarten etc.), im digitalen Bereich (Website, digitale Präsentationen) und auf Stellwände, Infotafeln etc. für Ausstellungen übertragen.

Veranstaltungen wie Schulfeste, schulinterne Ausstellungen, Messepräsentationen etc. werden häufig bereichsintern organisiert. Eine Vernetzung zwischen den Bereichen wird nicht systematisch genug angestrebt, so dass der Informationsaustausch zwischen den Bereichen – wenn überhaupt – unstrukturiert stattfindet.

Geplanter Soll-Zustand

Die Frage, welche gewünschten Ziele die Öffentlichkeitsarbeit am Berufskolleg Kartäuserwall erreichen soll, wird im Einverständnis mit dem Kollegium geklärt.

Der vertrauensvolle und professionelle Umgang intern wie extern orientiert sich am Führungsverhalten der Schulleitung. Das Berufskolleg Kartäuserwall strebt ein Corporate Behaviour an, bei dem ein respektvoller Umgang aller am Schulleben Beteiligten miteinander selbstverständlich wird. Maßgeblich unterstützend kann eine institutionalisierte professionelle Begleitung – z.B. Supervision – wirken.

Das Corporate Behaviour trägt wesentlich zum Image der Schule bei. Bei der Umsetzung dieser Prozesse nach innen und außen entwickelt sich die Corporate Culture (Schulkultur). Wichtig für den Prozess und das Verständnis ist die regelmäßige Überprüfung der Öffentlichkeitsarbeit auf deren Wirksamkeit. Bereits bei der Planung von Maßnahmen müssen Kriterien für die Überprüfung festgelegt werden.

Wissenswertes über das Schulleben soll je nach Notwendigkeit in der regionalen Presse und auf der Schulhomepage verbreitet werden. Artikel, Bilder und Filmaufnahmen, die das Schulleben des Berufskollegs Kartäuserwall abbilden, werden gesammelt, veröffentlicht und archiviert. Hierfür werden die notwendigen Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt.

Die Mitglieder der Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit sind verantwortliche Ansprechpartner für einzelne Bereiche (Printmedien, Internetpräsenz, Foto- und Bildbereich, Veranstaltungen). Die Arbeitsgruppe vernetzt die Öffent-

lichkeitsarbeit am Berufskolleg Kartäuserwall, erarbeitet Vorschläge und gibt Impulse. Sie pflegt die interne Kommunikation (z.B. auf Lehrer- oder Bildungsgangkonferenzen) und arbeitet an Rahmenbedingungen für eine effektive externe Kommunikation.

Das Vertrauen externer Partner in die Glaubwürdigkeit und Fachlichkeit der Schule soll weiter ausgebaut werden.

So werden die Instrumente und Aktionsfelder der Öffentlichkeitsarbeit konkret ausgebaut:

- **Schulungen:**
Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Teams Öffentlichkeitsarbeit werden durch Schulungen professionalisiert; dieses kann z.B. durch die Organisation und Durchführung von PR- Trainingseinheiten und Know-How Aktualisierung in PR-Abteilungen großer Unternehmen (unserer dualen Partner) geschehen.
- **Presse- und Medienarbeit:**
Kontakte aufbauen und pflegen (zu regionalen Zeitungen und Zeitschriften, zum Lokalradio und zum lokalen Fernsehen, zur Fachpresse)

Hierfür wird ein Presseverteiler angelegt und gepflegt (vgl. Anhang „Presseverteiler“). Perspektivisch ist ein gut verwaltetes hauseigenes Pressearchiv erstrebenswert.
- **Gestaltung von Kommunikationsmitteln:**
Ein verbindlicher Styleguide/ein Corporate Design-Handbuch für sämtliche am BK Kartäuserwall eingesetzten Kommunikationsmittel wird erstellt.
- **Sammlung von Material:**
Fotos und Texte werden für die Erstellung von Kommunikationsmitteln gesammelt. Hierfür wird eine thematische Strukturierung des Materials geplant und durchgeführt.
- **Beschilderung:**
Sämtliche Hinweistafeln am Berufskolleg Kartäuserwall werden überprüft und nach und nach im Sinne des Corporate Designs angepasst.
- **Optisches Leitsystem:**
Weitere Hinweistafeln und Informationsschilder zur besseren

Orientierung in den drei unterschiedlichen Gebäudeteilen werden gestaltet und angebracht.

- **Veranstaltungen/Events:**
Die Veranstaltungen am Berufskolleg Kartäuserwall werden weiterhin von den drei Bereichen organisiert. Im Sinne einer einheitlichen öffentlichen Wahrnehmung werden durch das Team Öffentlichkeitsarbeit koordinierende Maßnahmen ergriffen, um die Planer der Events im Sinne eines einheitlichen Corporate Designs zu unterstützen.
- **Transparenz:**
Die Öffentlichkeitsmaßnahmen werden in regelmäßigen Abständen überprüft und dargelegt.
- **Kommunikationsmittel als Informations- und Werbeträger:**
 - Internetauftritt: die Teammitglieder des Teams Öffentlichkeitsarbeit achten auf die Aktualität der Informationen ihrer Bereiche
 - Flyer: Es werden Flyer für die Bildungsgänge Berufsschule konzipiert und erstellt.
 - Imagebroschüre: Für das Berufskolleg Kartäuserwall wird eine Imagebroschüre – ggfls. in Zusammenarbeit mit einem externen Partner – erstellt.
 - Präsente:
Es sollen Präsente mit dem BK-Logo vorrätig sein.
- **Zugänglichkeit der Medienelemente:**
Der Online-Zugang zu den benötigten Daten wird sichergestellt. Die Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit pflegt die einzustellenden Daten und hält diese aktuell.
- **Kommunikation:**
 - Die innerschulische Kommunikation wird strukturiert und vernetzt.
 - Ausbilderarbeitskreise werden durch die einzelnen Bildungsgänge (erneut) ins Leben gerufen.
 - Events werden etabliert; z.B. „Absolventen treffen Auszubildende“

- Förderverein:
Die Aktivitäten des Fördervereins werden visualisiert. Dadurch soll die Wahrnehmung des Fördervereins verstärkt werden.

Möglichkeiten zur Evaluation der Maßnahmen

Um eine Rückmeldung zu den Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit am Berufskolleg Kartäuserwall von außen zu bekommen, könnte man z.B. eine zeitlich begrenzte freiwillige Online-Umfrage erstellen. Diese Umfrage wird in der Website der Schule verlinkt. Der Umfragelink kann zusätzlich per E-Mail verteilt werden.

Diese Umfrage könnte beispielsweise folgende Fragen enthalten:

- Woher kennen Sie unsere Schule?
- Waren Sie auf einer unserer Info-Veranstaltungen?
Wenn ja, auf welchen?
- Wie informativ finden Sie
 - unsere Flyer zum Bildungsgang ... ?
 - unsere Homepage?
 - unsere Plakate?Welche Informationen haben Sie vermisst?
- ...

Die Fragestellungen werden so formuliert, dass die Anonymität der teilnehmenden Personen offensichtlich erkennbar gewahrt bleibt. Dadurch soll die Hemmschwelle zur Teilnahme verringert werden.

Beachtung rechtlicher Regelwerke

Schulübergreifende Aussagen gegenüber Dritten machen alle Beteiligten nur in Absprache mit dem Schulleiter, dessen Stellvertreter oder der

Schulaufsichtsbehörde. Öffentlichkeitsarbeit am Berufskolleg hat sich nach den einschlägigen rechtlichen Regelwerken zu richten. So sind folgende rechtliche Bedingungen zu beachten:

- Allgemeine Dienstordnung (der Schulleiter vertritt die Schule in der Öffentlichkeit)
- Urheberrechte (bezogen auf Texte, Fotos, Grafiken, Animationen, Audios, Videos, ...)
- Persönlichkeitsrechte wie das Recht am eigenen Bild (Veröffentlichung der Abbildungen von Personen)
- Datenschutzrecht (Veröffentlichung personenbezogener Daten)
- Markenschutzrechte (Abbildung von Logos, geschützten Gegenständen etc.)
- Anbieterkennzeichnung (verpflichtende Angaben im Impressum der Schulwebsite)

Anhang

- Presseverteiler
- Leitfaden für Pressemitteilungen/-berichte

Presseverteiler

Tagespresse:

- Kölner Stadtanzeiger, Lokalredaktion Köln
Leitender Redakteur: Christian Hümmeler
Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln
Tel.: (0221) 2 24-22 97
koeln@ksta.de
- Kölnische Rundschau, Lokalredaktion Köln
Leitender Redakteur: Stefan Sommer
Stolk-gasse 25–45, 50667 Köln
Tel.: (0221) 16 32-5 51
Fax: (0221) 16 32-5 47
koeln@kr-redaktion.de

Anzeigenblätter, Sonntagszeitungen, Stadtteilzeitungen:

- Kölner Wochenspiegel der Kölner Anzeigenblatt Verwaltungs-GmbH
Leitende Redakteurin: Angelika Koenig
Stolberger Str. 114a , 50933 Köln
Tel.: (0221) 95 44 14-1 30 und (02203) 57 04-30
Fax: (0221) 95 44 14-4 98
redaktion@koelner-wochenspiegel.de
(Lokales – Innenstadt)

Internetzeitungen:

- report-k | Kölns Internetzeitung
Verlag: Atelier Goral GmbH, Körnerstr. 59, 50823 Köln
Tel.: (0221) 96 26-36 72

Fax: (0221) 96 26-32 84
Chef-Redaktion: Andi Goral
redaktion@report-k.de

Fachpresse:

Fachpresse Druck und Medien:

- Zukunft Medien
Herausgeber: Verband Druck + Medien e.V.
An der Wethmarheide 34, 44536 Lünen
Tel.: (02306) 2 02 62-0
Fax: (02306) 2 02 62-99
zukunftmedien@vdmnw.de
Redaktionsteam: Oliver Curdt, Stefan Höynck, Katja Wahl
- Der Druckspiegel
Keppler-Junius GmbH & Co. KG
Ruesterstr. 11, 60325 Frankfurt

Geschäftsführerin: Roswitha Keppler-Junius
rkj@druckspiegel.de
Tel.: (069) 20 73 76 20
Fax: (069) 20 73 75 84
info@druckspiegel.de
- Deutscher Drucker
Riedstr. 25, 73760 Ostfildern
Inhaltlich Verantwortlicher: Bernhard Niemela
Tel.: (0711) 4 48 17-0
Fax: (0711) 4 42 0 99
info@print.de
www.print.de, www.druckawards.de
- Der Siebdruck
Postfach 3248, 23581 Lübeck
Grapengießerstraße 30, 23556 Lübeck

Redaktion: Monika Saß
Tel.: (0451) 8 79 88 87
Fax: (0451) 8 79 88 93
verlag@der-siebdruck.de

- Print & Produktion
EuBuCo Verlag GmbH
Geheimrat-Hummel-Platz 4, 65239 Hochheim
Geschäftsführer: Alexander Ebel
Tel.: (06146) 6 05-0
info@eubuco.de
- Druck&Medien
Johann Oberauer GmbH
Fliederweg 4
A-5301 Salzburg-Eugendorf
Tel: +43 (0) 6225 2700-0
Fax: -11
Chefredakteur: Thomas Fasold
thomas.fasold@oberauer.com
Tel: +49 (0) 6155 667392
- SIP – Das Portal für Siebdruck und Digitaldruck
WNP VERLAG GMBH
Herausgeber Christian Niedermeier und Wolfgang Plonner
Eichendorffweg 1, 82069 Hohenschäftlarn
Tel.: (08178) 8 67 86-0
Fax: (08178) 8 67 86-30
www.sip-online.de
- Photographie (Printmedium)
info@ideatorial.de
www.photographie.de
- photopresse (Printmedium)
wheinen@photopresse.de
www.photopresse.de

- photonews (Printmedium)
redaktion@photonews.de
www.photonews.de
- Colorfoto (Printmedium)
support@wekanet.de
www.pc-magazin.de/colorfoto
- dasfotoportal (Onlinemedium)
info@dasfotoportal.de
www.dasfotoportal.de
- www.photoscala.de/kontakt/

Anmerkung: Wichtig sind photopresse und photonews.

Fachpresse Medizintechnik:

- Deutsche Optikerzeitung (DOZ) und Brille&Mode
DOZ-Verlag Optische Fachveröffentlichung GmbH Luisenstraße 14,
69115 Heidelberg
Ansprechpartner: Christine Höckmann, Patricia Perlitschke, Tanja
Lump, Ingo Rütten
- Der Augenoptiker und Die Kontaktlinse
Konradin Mediengruppe GmbH
Ernst-Mey-Straße 8, 70771 Leinfelden-Echterdingen
Ansprechpartner: Theo Mahr

Lokalfunk/Lokal-TV:

- Westdeutscher Rundfunk Köln
– WDR Fernsehen, 1Live, WDR2, WDR3, WDR5 –
Appellhofplatz 1, 50667 Köln

Tel.: (0221) 2 20-0
Fax: (0221) 2 20-48 00
redaktion@wdr.de

Programmbegleitendes Online-Angebot
1LIVE: Jochen Rausch (1LIVE-Programmchef)
Postanschrift: 1LIVE, Westdeutscher Rundfunk Köln, 50600 Köln
1live@wdr.de

WDR-Online Angebot – aktueller, themenbezogenen Teil:
Leitung: Stefan Moll; Westdeutscher Rundfunk Köln, 50600 Köln
redaktion@wdr.de

- Radio Köln
Redaktion Radio Köln
Schanzenstraße 28, 51063 Köln
Tel.: (0221) 9 51 99-0
Fax: (0221) 9 51 99-91
redaktion@radiokoeln.de

Tipp:

Sollte sich ein konkreter Ansprechpartner/ein Name nicht ermitteln lassen, richten Sie Ihre Schreiben an den „Chef vom Dienst“ (CvD). Seine Aufgabe ist es u.a., Presseinformationen innerhalb einer Redaktion an das zuständige Ressort weiterzuleiten.

Leitfaden für Pressemitteilungen/-berichte

Eine Pressemitteilung soll aktuell, sachlich, kurz und informativ sein. Diese soll an die Tages-/Fachpresse verschickt werden und auf der Homepage des BK Kartäuserwall unter „Events/Aktuelles“ erscheinen.

Wenn der Bericht extern veröffentlicht werden soll: Erfragen Sie den Redaktionsschluss der jeweiligen Zeitungen/Zeitschriften und liefern Sie ein Manuskript ab.

Formale Tipps:

- Bezeichnen Sie Ihr Schreiben deutlich als „Pressemitteilung“ oder „Presseinformation“.
- Geben Sie das Datum an.
- Achten Sie auf vollständige Angaben beim Absender (Anschrift, Telefon, E-Mail und Homepage).
- Nennen Sie am Ende des Textes einen Ansprechpartner für Rückfragen.
- Geben Sie der Pressemitteilung eine Überschrift.
- Fügen Sie Bilder bei:

Wählen Sie 1–2 repräsentative Bilder in hoher Auflösung aus und versehen Sie diese mit einem Bildtext und Urhebernachweis. Vermerken Sie folgendes: „Der Abdruck der Bilder kann kostenfrei erfolgen, wenn die Bilder in Zusammenhang mit einem Bericht über das Projekt oder die Schule verwendet werden“.

Inhaltliche Tipps:

- Finden Sie eine griffige – kurze und prägnante – Überschrift.
- Das Wichtigste steht am Anfang (d.h. im ersten Absatz). Dort müssen die so genannten »W-Fragen« beantwortet werden: Wer hat was, wann, wo und warum oder aus welchem Anlass gesagt bzw. wie gemacht?

- Für die Gliederung einer Pressemitteilung gilt:
 - Erst kommt die Hauptaussage (W-Fragen),
 - dann folgen Erläuterungen und Details,
 - anschließend Vorgeschichte oder Hintergründe.
- Zahlen, Daten und Fakten müssen stimmen.
- Formulieren Sie die Sätze im Aktiv, benutzen Sie Verben.
- Gliedern Sie den Text und heben Sie Textteile hervor.
- Formulieren Sie kurze Sätze (Richtwert: 15 Wörter).
- Schreiben Sie verständlich:
 - Fachausdrücke und Fremdwörter erläutern oder vermeiden
 - Abkürzungen bei Verwendung einführen
 - sachlich informieren (Fakten, Daten , Nachprüfbares vermitteln)
- Stellen Sie gelegentlich die Reihenfolge „Subjekt – Verb – Objekt“ um: stellen Sie das „Objekt“ in den Mittelpunkt.
- Nennen Sie Menschen, die in einer Pressemitteilung direkt oder indirekt zitiert werden, beim Vor- und Nachnamen mit ihrer Funktion bzw. Amtsbezeichnung.
- Wechseln Sie zwischen direkter und indirekter Rede. Zeitungsbeiträge leben von den wörtlichen Zitaten der beteiligten Schüler und Lehrer.
(u.a. aus: Tipps für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Kultusminister-Konferenz)

Sammlung von Ideen der Arbeitsgruppe:

Präsente:

Hochwertiges Präsent:
Kugelschreiber in ansprechender professioneller Verpackung

Weitere Präsente:

- USB-Sticks
- Kaffeetassen
- Kölschgläser
- Kugelschreiber
- Wein-/Traubensaftflaschen mit BK-Etikett

... jeweils in Verpackungen, die in unserem Hause erstellt wurden (z.B. Wellpappe) und mit einem Stempelaufdruck des BK-Logos (Hochdruck oder Prägestempel) versehen sind.

Begrüßungspaket für neue KollegInnen:

In diesem Paket sollen sich u.a. Visitenkarten für die Person und die Daten für die BK-Korrespondenz (Briefbogen etc.) auf einem USB-Stick mit dem BK-Logo befinden.